явлений языка, оно может нести как смысловое, так и интонационное значение в речи. Неправильная его постановка может не только изменить значение используемого слова, но и ситуацию общения, в которой собеседники смогут перестать понимать цель коммуникационного процесса. На наш взгляд, именно поэтому при формировании коммуникативной компетенции важно уделять особое внимание ударению, так как оно является одним из важнейших элементов речевой культуры.

1. Дюшеков Ж.О., Базаркулов Ш.С. «Основные правила словесного ударения в немецком языке»;
2. Козьмин О.Г., В.Г.Никифорова - Практическая фонетика немецкого языка - 2-е изд., испр. - М.: Высш. шк., 2004. - 270 с.: ил.
3. Каспранский Р.Р. Теоретическая фонетика. – Горький, 1973. – С. 48
4. Кравченко М.Г. и др. Ударение и интонация в немецком языке. Пособие для студентов педагогических институтов. – Л.: Просвещение, 1973 – С.10-11.
5. Немецкая фонетика. Вводный курс / авт. Е. С. Кауль, Н. В. Соловьева, Н. Ю. Шнякина. - Омск: Изд-во ОмГПУ, 2013 - 122 с.

Мартынюк Н.Л., Волкова Ю.Ю

Лингвостилистические особенности англоязычных газетных заголовков на материале газеты “The Independent”

*Рыбницкий филиал ПГУ им. Т.Г. Шевченко
(Молдова, ПМР, Рыбница)*

doi: 10.18411/lj-04-2019-94

idsp: ljjournal-04-2019-94

Аннотация

В статье рассматриваются лингвостилистические особенности газетных заголовков статей англоязычного периодического издания “The Independent”. Особое внимание уделяется структурной композиции, степени информативности, пунктуационному оформлению, лексическим и стилистическим средствам, а также грамматическим и синтаксическим особенностям.

Ключевые слова: СМИ, газетная статья, заголовок, лингвостилистические особенности.

Abstract

The article is devoted to linguistic stylistic features of the newspaper headlines of the articles in the English-language periodical “The Independent”. Special attention is paid to the structural composition, the degree of information value, punctuation, lexical and stylistic means, as well as grammatical and syntactic features.

Keywords: media, newspaper article, headline, linguistic and stylistic features.

Средства массовой информации, являясь одним из главных источников информации для большинства людей и основным инструментом управления общественным мнением, способны повлиять практически на все сферы нашей жизни. СМИ занимают одно из важнейших мест, как в политической, так и в экономической жизни общества, помогая человеку ориентироваться в окружающей действительности, а также являются основным средством хранения всех достижений науки и культуры.

К СМИ относятся газеты, журналы, фоторепортажи, радио, телевидение и Интернет. Несмотря на развитие передачи информации посредством сети Интернет и телевидения, сохраняется роль печатных изданий для формирования социальных и нравственных идеалов человека и для усвоения им норм общественного поведения. В связи с увеличением темпа жизни, у людей не хватает времени на подробное чтение каждой статьи газеты. В данном случае возрастает роль именно заголовков, поскольку от них зависит, будет прочитан материал публикации или нет. Мы считаем, что на заголовки

следует обратить особое внимание и подробно исследовать их особенности, чем и обусловлена актуальность нашего исследования.

Объектом исследования является английский газетный заголовок. Предметом исследования – лексические, стилистические и грамматические особенности английских газетных заголовков.

Данная статья направлена на исследование лингвостилистических особенностей газетных заголовков статей англоязычного периодического издания. Иллюстративным материалом установления лингвостилистических особенностей газетных заголовков, в которых самым действенным образом представлены приемы реализации основной, ведущей воздействующей функции, послужили заголовки статей, опубликованных в британском еженедельном издании “The Independent” за январь 2017 г.

Проведя исследование теоретического материала, опираясь на труды ученых в области публицистики и стилистики английского языка, таких как И. Р. Гальперин, Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина, А. А. Тертычный, М. А. Шостак и других, мы пришли к выводу, что газетно-публицистический стиль имеет определенное социальное назначение, которое заключается в информировании людей о событиях в различных сферах жизни и в экспрессивно-эмоциональном воздействии на них. Данному стилю свойственны различные комбинации языковых функций и большое количество разнообразных лингвостилистических особенностей.

Предмет исследования нуждается в более подробной трактовке. В толковом словаре Т. Ф. Ефремовой заголовок определяется как название какого-либо произведения (литературного, научного, музыкального и т.п.) или отдельных его частей [4]. Согласно словарю Даля, заголовок – это выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено его название [3, 535]. В словаре С. И. Ожегова заглавие определено несколько уже – как название какого-либо произведения (литературного, музыкального), или отдела его частей, как заглавие литературного произведения, той или иной степени раскрывающее его содержание [8, 198]. Заголовком также называют название отдела, главы книги. В данной работе под заголовком будет подразумеваться первый элемент текстовой публикации.

Заголовок в английских газетах играет весьма существенную роль. В сжатом виде заголовок сочетает в себе основные языковые черты, способствующие реализации прагматической функции воздействия, заключающейся в том, чтобы привлечь внимание читателя, заинтересовать и даже поразить его. Второстепенными выступают информационно-разъяснительная и номинативная функции заголовка.

Существует большое количество классификаций заголовков, основанных на различных критериях, таких как степень сложности (простой заголовок, усложненный, заголовочный комплекс), степень информативности (заголовок-хроника, заголовок-бегущая строка, заголовок-резюме, заголовок-цитата), содержание и стиль (констатация и резюме, интрига и сенсация) и игровые заголовки.

Грамотное использование и расположение всевозможных лингвостилистических средств в структуре заголовка интенсифицирует его воздействие на реципиента. Авторы заголовков стараются использовать как можно больше различных лексических (фразеологические сочетания, конструкции «глагол + that», неологизмы, сокращения, жаргонизмы), стилистических (гипербола, ирония, метонимия, метафора, аллюзия) и грамматических (настоящее время для выражения прошлого, простое прошедшее время, инфинитив для выражения будущего времени, притяжательный падеж, эллиптические конструкции) средств выразительности.

Основываясь на анализе теоретического материала в рамках данной темы нами было проведено собственное исследование. Проанализировав 300 заголовков английской газеты “The Independent”, мы пришли к следующим выводам:

1) по степени сложности газетных заголовков было выявлено:

- 197 простых заголовков: “Donald Trump attacks Barak Obama’s Medicare reform on Twitter”; “Man finds ancient medieval city on border of England and Wales”.

- 103 усложненных заголовка: “Brexit: British diplomats in Brussels secretly trying to negotiate UK back into the EU, claims Tory MP”; “Istanbul attack: Turkish police detain two foreigners at city’s airport after nightclub attack”.

Данный количественный показатель указывает, что авторы отдают предпочтение созданию простых заголовков, с целью более легкого их восприятия и интерпретации читателями.

2) по степени информативности газетных заголовков было выявлено:

- 187 заголовков-констатаций: “North Yorkshire earthquake: Magnitude 3.8 earthquake strikes North Sea off UK”; “Another crackdown on civil liberties won’t steer Erdogan’s troubled Turkey towards peace”.
- 152 заголовка-хроник: “Turkey attack: Gunman who launched terror attack on Istanbul nightclub was ‘dressed as Santa’”; “13 habits of self-made millionaires, from a man who spent 5 years studying rich people”.
- 48 заголовков-цитат: “Titanic sank due to enormous uncontrollable fire, not iceberg, *claim experts*”; “Bodies of three people found near cliffs in Dover, *Kent Police say*”.
- 8 заголовков-обращений: “Gold could come under pressure in 2017, so *take profits right now*”; “*Here’s how* to set New Year’s resolutions that *you can* actually keep”.
- 5 заголовков-резюме: “Basic income is the latest bad political idea that refuses to die”; “This is the reason why we don’t dwell on Turkish deaths in the West”.
- 5 заголовков, выступающих как лозунги и призывы: “*Stop using* other marginalized groups as an excuse to attack Muslims”; “*Forget the gym* in January – exercise snaking is the way forward”.
- 7 заголовков, в которых используется рифма: заголовки-«вирши» “*The best kit to get fit* at home in 2017”; “Martin McGuinness: Northern Ireland ‘facing growing political crisis’ over ‘*cash for ash*’ scandal”.
- 5 заголовков, которые М.И. Шостак объединяет в своей классификации под общим названием «интрига и сенсация»: заголовки-парадоксы: “21 Easter eggs hidden within your Google search bar”; “Japanese couple speaks to each other for first time in more than 20 years”.

Таким образом, очевидно, что авторы статей англоязычной газеты “The Independent” отдают предпочтение более лаконичному и суммирующему изложению основной мысли в заголовках статей, что позволяет донести информацию читателям «поверх текста». Интенсифицировать интерес читателей, называя имена или указывая непосредственно на главных действующих лиц, помогают заголовки-цитаты.

По пунктуационному оформлению заголовков статей газеты “The Independent” были получены следующие данные:

- 83 заголовка с использованием пунктуационного знака «двоеточие»: “Brexit: Government names former Moscow representative Sir Tim Barrow as new EU ambassador”; “Chelsea news: Fixture schedule has given league leaders more rest over Christmas than any other team”.
- 63 заголовка с использованием пунктуационного знака «кавычки»: “Donald Trump hotel ‘*makes \$420, 000 selling access to President-elect for New Year’s Eve party*’”; “Mariah Carey manager reveals ‘*what really happened*’ during New Year’s Eve show at Times Square”.
- 14 заголовков с использованием пунктуационного знака «вопросительный знак»: “Why is Vladimir Putin so late for meetings with world leaders?”; “Donald Trump presidential inauguration: When is the ceremony, where is it and who will be performing?”

Очевидно что, пунктуационное оформление заголовков статей играет существенную роль в создании прагматической функции. Двоеточие, кавычки и

вопросительный знак привлекают внимание читателя к содержанию сообщения и мотивируют к прочтению статьи.

По итогам анализа использования лексических средств в заголовках было выявлено использование авторами статей: 1) имен собственных (143): “Most Americans believe *Donald Trump* incapable of dealing with an international crisis, poll finds”; “*Casey Affleck* wins critics’ Best Actor award, reads out all the nasty reviews critics gave him”; 2) сокращений (84): “PDC world champion Michael Van Gerwen calls for stricter anti-doping procedures in darts”; 3) терминов (47): “North Korea to test rocket that would allow it to launch hydrogen bomb at US, Kim Jong-un warns”; 4) названий политических партий и государственных учреждений (37): “Republican-controlled Congress will start to wipe out Barack Obama’s legacy on very first day”; 5) жаргонизмов (24): “The hardcore life of a man who went vegan, lost 200lbs, and became a marathon runner”; 6) фразовых глаголов (20): “Republican-controlled Congress will start to wipe out Barak Obama’s legacy on very first day”; 7) сложных слов (20): “Sugar-free diet drinks do not aid weight loss and are no healthier than alternatives, research suggests”; 8) фразеологических сочетаний (12): “Manchester City vs Burnley: Pep Guardiola loses his cool in bizarre and awkward post-match interview”; 9) окказионализмов (7): “If you’re doing ‘Veganuary’ this year here’s how to answer all the stupid questions you’ll be asked”.

Не вызывает сомнения вывод о том, что авторы используют все выше перечисленные лексические средства выразительности для создания заголовков, которые в свою очередь не останутся без внимания читателя, а также произведут на него глубокое эмоциональное и психологическое воздействие.

Из стилистических средств авторы статей отдают предпочтение использованию: 1) эпитетов (54): “*Mariah Carey* battles technical problems leading to awkward New Year’s Eve performance at Times Square”; 2) метонимии (34): “Finland launches universal basic income pilot of 560 Euros a month”; 3) метафор (20): “Syria rebels freeze talks on Russia-backed peace conference due to ceasefire violations”.

Также были найдены примеры использования таких стилистических средств, как сравнение (18): “Sunderland vs Liverpool: Jurgen Klopp feels like a ‘loser’ after hard-to-take penalty decision”; гиперболы (15): “Arsenal vs Crystal Palace: Oliver Giroud scores ‘goal of the season’ with sensational scorpion strike”; эвфемизм (13): “Before gentrification and Airbnb: Looking back at Amsterdam’s red-light district in the ‘90s”; аллюзия (13) “Bride and prejudice: The tough realities of planning your dream wedding as a ‘butch’ queer woman” и игра слов (9).

Результаты проведенного исследования позволяют нам согласиться с мнением таких ученых как: В. Г. Костомаров, М. А. Шостак, Г. Я. Солганик, Е. А. Земская, занимающихся данной проблематикой, о том, что использование разнообразных стилистических средств создает выразительность заголовков, побуждая читателя к прочтению статей.

Что касается грамматических особенностей, чаще всего авторы заголовков используют: 1) для выражения событий из недавнего прошлого используется глагол в настоящем времени (75): “Boris Johnson attacks EU court ruling that may force British people to insure mobility scooters”; 2) для выражения событий ближайшего будущего используется инфинитив (32): “Orkney Islands to explore leaving UK and Scotland after Brexit”.

Также были выявлены примеры использования притяжательного падежа (26): “How women reclaimed their fashion’s spotlight in 2016”; простого прошедшего времени (19): “Republicans *just decided* to destroy the body that investigates corrupt politicians”; сложных определений к существительному (17): “Israeli officials back *shoot-to-kill* policy of Palestinian suspects, says Human Rights Watch”; прямой речи в заголовках (9): “*Queen feeling ‘better’ after week-long cold, says Princess Anne*”.

Таким образом, интерпретируя грамматические особенности анализируемых заголовков статей газеты “The Independent”, очевидно что, употребление настоящего времени для передачи событий в прошлом, так называемого настоящего исторического времени, придает заголовкам динамику, делает читателя участником произошедших

событий, мотивируя читателя к получению информации, представленной в статье. Употребление инфинитива для выражения событий в будущем акцентирует внимание на факте, а не на времени совершения события. Употребление притяжательного падежа и сложных определений к существительному делает заголовки более лаконичными.

Из синтаксических особенностей заголовков газеты “The Independent”, выявленных в ходе исследования можно отметить распространенность эллиптических форм, то есть опущение различных членов предложения, которое, как правило, не влияет на смысл и понимание высказываний, а расставляет акценты то на субъекте действия, то на предикате: 1) опущение глагола “to be” как элемента формы пассивного залога (34): “Nigerian girl, 10, (was) used in suicide bomb attack on New Year’s Eve”; 2) опущение сказуемого (28): “5 healthy eating habits worth cultivating in 2017”; 3) опущение артиклей (22): “Istanbul attack: Man survives Turkish nightclub shooting as bullet hits phone”; 4) опущение подлежащего (21): “Escaping Japan’s super-cities for the so-called wilderness”.

Авторы статей английской газеты “The Independent” лаконично, информативно и увлекательно обыгрывают в заголовках различные грамматические явления, которые, наряду с лексическими и стилистическими средствами выразительности, делают заголовок ярким, необычным, запоминающимся и мотивирующим читателя к прочтению статьи.

1. Архив статей с официального сайта газеты “The Independent”. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.independent.co.uk/archive> (дата обращения: 03.03.2017).
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 140 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.twirpx.com/file/1423209/> (дата обращения: 07.12.2017).
3. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4-х т. Т. 1. – М.: 1978. – 2720 с.
4. Ефремова Т. Ф. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.efremova.info/word/zaglavie.html#.XLnVT9IzbIU> (дата обращения: 19.11.2017).
5. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. – М.: Наука; Флинта, 2004. – 240 с.
6. Костомаров В. Г. Из наблюдений над языком газеты. Газетные заголовки // Из опыта преподавания русского языка нерусским. – М.: Высшая школа, 1965. С. 162-185.
7. Мельник Г.С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2004. – 271 с.
8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
9. Солганик Г. Я. Язык современной публицистики: сборник статей. – М.: Флинта, 2007. – 232 с.
10. Тертычный А. А. Заголовок – слово главное // Журналист. – 2004. – №1. – С. 80. [Электронный ресурс]. URL: <http://old.journalist-virt.ru/mag.php?s=200401801>
11. Шостак М. А. Сочиняем заголовки // Журналист. – 1998. – № 3. – С.12.

Petrova E.A., Nafikova L.F.

The methodology of studying the conceptual basis of the words of the legal sphere

*Ufa law Institute of the Interior Ministry of Russia
(Russia, Ufa)*

doi: 10.18411/lj-04-2019-95

idsp: ljjournal-04-2019-95

Аннотация

Статья посвящена концептуальному анализу слов, принадлежащих к правовой сфере, в русле такой научной парадигмы, как современная когнитивная и функциональная лингвистика, которая позволяет рассматривать концепт как мыслительную структуру, включающую в себя понятие, денотативное и коннотативное содержание слова, и отражающую все экстралингвистические стороны явления или предмета, обозначенного словом со всеми его ассоциативными связями.

Ключевые слова: философия языка, когнитивная семантика, коммуникативная семантика, концепт, фрейм, сема, архисема